

Available at <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap>

Jurnal Akuntansi dan Pajak

Pengaruh Sistem Pembayaran E-Money Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid-19 : Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang

Yasinta Maulida Rohmah¹⁾, Nila Tristiarini²⁾¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian NuswantoroE-mail : 212201703545@mhs.dinus.ac.id²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian NuswantoroE-mail : nila.tristiarini@dsn.dinus.ac.id

Abstract

The spread of the Corona virus is getting bigger and bigger, making people keep their distance from each other. Social distancing is the new rule from the government that people should adapt. It influences how people choose the electronic money to pay without contact each other. The use of electronic money led to the Cashless Society. This study aims to explain the effect of benefits, convenience, and security & risk effects on the e-money payment system in the digital era in the midst of the Covid-19 outbreak. This research is included in the primary research which includes 108 respondents. The analysis used is multiple linear regression analysis. The results of this study are that the perceived benefits and benefits variables partially have a positive and significant effect on the interest in using e-money, and the variables of trust and influence have a negative effect on the use of e-money.

Keywords: Benefits, Convenience, Trust, Interest in using e-money, and Covid-19

1. PENDAHULUAN

Tak dipungkiri sekarang dunia tengah terjadi pandemi *covid-19* termasuk dengan Indonesia. Dengan adanya pandemik seperti ini telah mengubah pola kehidupan masyarakat dalam bertransaksi dengan menggunakan pembayaran non tunai untuk menghindari penyebaran *covid-19*. Saat ini pembayaran non tunai sudah menjadi tren baik di perkotaan maupun di pedesaan. Dengan adanya pembayaran dengan dompet digital atau *e-wallet* ini diharapkan meminimalisir risiko tertular virus yang ada pada uang tunai, kartu kredit dan tangan manusia, baik penerima ataupun pemberi uang tunai tersebut. *World Health Organization (WHO)* menghimbau agar *Cashless Society* dapat diterapkan di masyarakat. *Cashless Society* yang dimaksudkan adalah untuk mengurangi kontak dengan manusia lain dengan pembayaran tunai menggunakan alat elektronik atau *e-wallet* (Prasetya, 2020). Di era ini juga teknologi informasi dan komunikasi secara berkala terus – menerus berkembang hingga saat ini menawarkan kemudahan – kemudahan bagi manusia.

Menurut (Lestari & Nofriantika, 2018) Uang elektronik merupakan alat pembayaran dengan unsur tertentu yang dikeluarkan sesuai dengan nilai mata uang yang pertama disetorkan kemudian disimpan pada chip tertentu, sehingga uang elektronik bisa dikelola

menjadi media pembayaran elektronik di kemudian hari. Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 mengatur mengenai Uang Elektronik (Electronic Money) sebagai satu diantara beberapa cara yang digunakan dalam mengatur *Cashless Society*. Tujuan dari penggunaan uang elektronik adalah untuk memberikan kemudahan bagi manusia dalam melakukan berbagai transaksi dalam skala mikro khususnya. Hal ini dilakukan oleh Bank Indonesia untuk menghindari pencetakan uang kartal dalam jumlah banyak, karena setiap tahun Bank Indonesia harus mengeluarkan uang sebesar Rp 3,5 Triliun untuk mencetak uang kartal. Menurut (Rustanto & Kartini, 2019) dengan menggunakan uang elektronik akan lebih mudah dalam melakukan transaksi. (USMAN, 2017) seiring dengan perkembangan teknologi bentuk pembayaran non tunai tidak hanya berbentuk sebuah kartu, namun juga dapat disimpan pada smartphone. Di tengah wabah pandemik seperti ini penerbit uang elektronik tidak hanya bank namun juga LSB (Lembaga Selain Bank). Uang elektronik yang beredar saat ini diantaranya adalah OVO yang dikeluarkan oleh Grab, Go-Pay merupakan produk dari Gojek, Brizzi merupakan produk dari BRI, Flaz BCA merupakan produk dari BCA, dll.

Tabel 1.

Jumlah Instrumen e-money di Indonesia (2016-November 2020)

Tahun	Jumlah Instrumen	Kenaikan (%)
2016	51.204.580	-
2017	90.003.848	76%
2018	167.205.578	86%
2019	292.299.320	75%
2020-November	4.036.782.013	1281%

Sumber : Bank Indonesia (2021)

dalam tabel 1 bisa diperhatikan bahwasanya jumlah instrumen *e-money* di Indonesia yang beredar di masyarakat terus mengalami kenaikan setiap tahun, namun mengalami penurunan pada tahun 2019. Pada November 2020 mengalami kenaikan lagi sebesar 1.281%. keadaan itu menunjukkan bahwa saat terjadi wabah *covid-19* membuat masyarakat lebih memilih menggunakan uang elektronik daripada uang kertas. (Katon & Yuniati, 2020) dengan menggunakan uang elektronik maka diharapkan tidak akan terjadi penyebaran virus yang lebih luas.

Dewasa ini perkembangan ilmu teknologi semakin pesat. Kemajuan teknologi ini akan selalu mendatangkan pro serta kontra diantara penggunaannya. TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan salah satu model teknologi yang dikenalkan (Davis et al., 1989) yang beranggapan bahwasanya *variable perceived usefulness* dan *perceived ease of use* merupakan dasar yang memengaruhi perilaku serta penerimaan informasi pengguna.

Keuntungan yang didapat dari pemakaian *e-money* itu sendiri mempunyai manfaat yang dibutuhkan di zaman yang semakin maju ini. Masyarakat akan mempergunakan suatu produk apabila produk tersebut dapat berkembang serta dapat memberikan keuntungan serta praktis dalam keseharian. Maka dari itu *e-money* semakin diterima oleh masyarakat umum karena telah memberikan manfaat serta kemudahan yang sangat besar. Apalagi di musim pandemik seperti ini setiap orang harus menjaga jarak antar sesama agar tidak terjadi penularan virus. Penjelasan diatas merupakan salah satu kelebihan yang dapat diterima dari menggunakan *e-money*. Sejalan dengan penelitian (Meileny & Wijaksana, 2020) menyebutkan bahwa

manfaat dan kemudahan pemakaian uang elektronik dapat mempengaruhi ketertarikan seseorang menggunakan uang elektronik. (Katon & Yuniati, 2020) pandemik telah mengubah gaya hidup baru untuk mengurangi risiko terinfeksi *covid-19*.

Selain itu faktor kepercayaan & risiko juga mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik. (Kim et al., 2008) berpendapat jika keyakinan konsumen terhadap sistim pembayaran elektronik saat terjadi transaksi elektronik akan diproses sesuai yang diharapkan konsumen. Konsep keyakinan itu dapat diartikan sebagai bahwa kecakapan dari jasa penyedia uang elektronik akan menjamin keamanan dan kerahasiaan data setiap pengguna uang elektronik yang tidak akan disebar luaskan sehingga masyarakat menjadi nyaman menggunakan uang elektronik.

(Pratama & Suputra, 2019) menunjukkan beberapa hal yang dapat memengaruhi ketertarikan seseorang menggunakan uang elektronik, diantaranya ialah manfaat, kepraktisan pengguna, dan tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan *e-money*. Sementara (Mentari & Bendesa, 2018) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi ketertarikan individu dalam menggunakan uang elektronik adalah kesesuaian harga, pendapatan, kemudahan penggunaan dan manfaat menggunakan. Dalam penelitiannya (Meileny & Wijaksana, 2020) mengungkapkan bahwa manfaat, kemudahan penggunaan, fitur layanan serta kepercayaan memiliki pengaruh positif pada ketertarikan dalam menggunakan uang elektronik. Berbeda dengan penelitian (Putra et al., 2016) Persepsi risiko berpengaruh negatif, sedangkan kepercayaan memiliki pengaruh baik pada ketertarikan menggunakan uang elektronik.

Hasil yang didapatkan dari penelitian terdahulu merupakan faktor yang mempengaruhi ketertarikan seseorang dalam mempergunakan uang elektronik. Berdasarkan dasar-dasar tersebut peneliti akan menggunakan tiga faktor yang bisa memengaruhi ketertarikan individu dalam mempergunakan *e-money*. Tiga sebab yang dijadikan landasan dalam penelitian yaitu, persepsi manfaat, kemudahan, serta kepercayaan & risiko.

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model ialah teori sistim informasi yang dirancang khusus untuk pemodelan penerimaan dan pengguna sistim informasi. TAM pertama dikenalkan (Davis et al., 1989) ialah perluasan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). TAM mempunyai dua struktur teoritis, yaitu persepsi manfaat serta persepsi kemudahan penggunaan mendasar dari penerimaan suatu sistem informasi. Persepsi manfaat

serta persepsi kemudahan dapat mempengaruhi minat perilaku seseorang. Minat seseorang dalam menggunakan teknologi akan tumbuh seiring dengan manfaat dan kemudahan yang diterimanya. TAM dikembangkan untuk memberikan penjelasan tentang faktor-faktor utama perilaku dalam penggunaan teknologi informasi. Lebih spesifik menjelaskan penerimaan teknologi informasi dan aspek-aspek yang dapat mempengaruhi penerimaannya (Davis et al., 1989).

struktur teoritis pertama *perceived usefulness*, mendefinisikan bahwa jika seseorang percaya menggunakan teknologi tertentu maka akan meningkatkan kualitas kinerjanya dalam suatu organisasi. struktur teoritis kedua *perceived ease of use*, mendefinisikan bahwa jika individu percaya terhadap sistem tertentu maka akan mudah menggunakannya. *perceived usefulness* serta *perceived ease of use* bisa mempengaruhi sikap seseorang kepada teknologi yang digunakan. Jika *perceived ease of use* meningkat, maka akan mempengaruhi peningkatan juga terhadap *perceived usefulness* karena sebuah sistem yang mudah dipergunakan. Hal ini dapat meningkatkan efisiensi kinerja karena pengguna tidak memerlukan waktu lama untuk mempelajarinya (Davis et al., 1989).

MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY

Minat merupakan gambaran dari suatu kondisi dimana seseorang menginginkan suatu hal sebelum melakukan tindakan. Menurut KKBI, minat merupakan suatu aspek yang mendorong seseorang menginginkan sesuatu. sesuai penjelasan (Davis et al., 1989) di dalam teori TAM keinginan individu untuk melakukan tindakan tertentu disebut minat berperilaku. Individu akan berminat ketika ia merasa yakin sesuatu akan bermanfaat, hingga ia makin terdorong untuk mencapai keinginan tersebut. Perilaku minat konsumen merupakan hasil evaluasi dari merek (Aksami & Jember, 2019).

PERSEPSI MANFAAT

(Yeow et al., 2018) konsumen siap untuk menerima pembaruan dari suatu produk apabila inovasi tersebut mempunyai manfaat tertentu bagi konsumen. Sedangkan menurut (Davis et al., 1989) manfaat diartikan sebagai tingkat kepercayaan seorang terhadap sistem tertentu yang dapat meningkatkan kualitas prestasi kerja, yang artinya fasilitas uang elektronik akan membawa keuntungan serta meningkatkan kinerja dan produktivitas bagi masyarakat yang menggunakan fasilitas tersebut. Davis juga membagi persepsi manfaat menjadi 6 item diantaranya : bekerja efisien, performa kinerja, meningkatkan produktivitas,

efektifitas, membuat pekerjaan lebih mudah dan lebih bermanfaat. Maka, dapat disimpulkan dalam penelitian ini manfaat yang dirasakan merupakan manfaat yang akan diperoleh pengguna dari penggunaan uang elektronik.

PERSEPSI KEMUDAHAN

Kemudahan dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang merasakan kemudahan dalam menggunakannya. Menurut (Pratiwi & Dewi, 2018) kemudahan merupakan sejauh mana seseorang dapat terus menggunakan uang elektronik secara bebas. Jika sistem tersebut relatif mudah digunakan, pengguna akan secara sukarela memahami fungsi dari sistem uang elektronik dan akan terus menggunakannya. Sedangkan menurut (Davis et al., 1989) persepsi kemudahan merupakan tingkat kepercayaan konsumen bahwa teknologi yang digunakan mudah dipahami. Dapat disimpulkan jika teknologi mudah digunakan serta dipahami, konsumen akan mempergunakan teknologi tersebut, namun jika teknologi tersebut semakin rumit maka menurunkan kepercayaan konsumen untuk menggunakannya. Suatu sistem yang dirasa mempunyai manfaat akan lebih mudah digunakan. Jika suatu sistem dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan lebih mudah digunakan, maka sistem tersebut akan lebih memudahkan pengguna dalam pengaplikasiannya (Venkatesh, 2000).

PERSEPSI KEPERCAYAAN & RISIKO

Menurut (Cunningham, 1976) persepsi risiko merupakan konsekuensi subjektif yang dirasakan oleh seseorang. (Kim et al., 2008) risiko merupakan keyakinan konsumen mengenai hasil negatif yang tidak pasti dari transaksi secara online. Sedangkan kepercayaan adalah kondisi dimana ketidaktahuan atau ketidakpastian yang sehubungan dengan tindakan orang lain yang tidak diketahui. Risiko merupakan hambatan penting bagi konsumen ketika melakukan transaksi (Yogananda & Dirgantara, 2017).

Hubungan persepsi manfaat dengan minat menggunakan e-money

Manfaat penggunaan teknologi informasi diperoleh dari kepercayaan pengguna terhadap keputusan untuk menerima teknologi informasi dan yakin bahwasanya teknologi informasi akan memberi dampak baik pada pekerjaan (Yogananda & Dirgantara, 2017). Manfaat yang diterima apabila menggunakan uang elektronik adalah sebagai berikut : (1) dapat mempermudah dan mempercepat transaksi, (2) Memberi keuntungan lain ketika menyelesaikan transaksi, (3) memberi perasaan aman saat transaksi

pembayaran, serta (4) menambah efisiensi transaksi maka dapat memberikan rasa manfaatnya (Davis et al., 1989).

Penjelasan tersebut seperti hasil penelitian yang dilaksanakan (Pratiwi & Dewi, 2018) yang memberi pernyataan bahwasanya persepsi manfaat memiliki pengaruh secara parsial pada minat mempergunakan *e-money*. Sejalan dengan penelitian (Pratama & Suputra, 2019) secara baik serta signifikan memberi pengaruh terhadap minat menggunakan *electronic money*. Berdasar penjelasan diatas dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesa dalam penelitian ini ialah :

H₁ : Persepsi manfaat memberi pengaruh secara baik terhadap minat mempergunakan *e-money*.

Hubungan persepsi kemudahan penggunaan dengan minat menggunakan *e-money*

Salah satu kemudahan yang diberikan oleh uang elektronik adalah Anda lebih sedikit membawa uang tunai, apalagi saat wabah *covid-19* semakin merebak. Kemudahan penggunaan adalah salah satu variabel yang memengaruhi apakah sistem dapat diterima. Meskipun sebagian orang beranggapan bahwasanya menggunakan sistem bisa mempermudah pekerjaan, namun dalam penerapan sebenarnya mereka akan kesulitan untuk mempelajari sistem tersebut. Seperti penjelasan (Davis et al., 1989) Sejauh mana individu percaya jika mempergunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha adalah arti dari kemudahan penggunaan. Apabila suatu aplikasi mudah digunakan maka akan sangat mudah diterima oleh masyarakat luas. Definisi ini sama dengan penelitian (Nofri & Hafifah, 2018), (Mentari & Bendesa, 2018), dan (Wilsen et al., 2018) yang memberi pernyataan bahwasanya persepsi kemudahan pengguna memberi pengaruh baik terhadap minat mempergunakan *electronic money*.

H₂ : Persepsi kemudahan memberi pengaruh secara baik terhadap minat menggunakan *e-money*

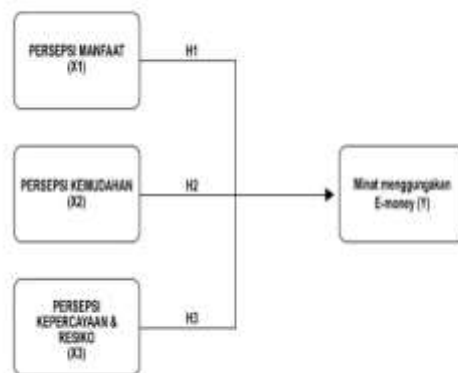
Hubungan persepsi kepercayaan & risiko terhadap minat menggunakan *e-money*

Produk *electronic money* merupakan trend masa kini sehingga penerbit harus membuat masyarakat percaya dengan mengutamakan kepuasan pelanggan. Kepercayaan terdapat pada pelayanan yang diberikan oleh pihak penerbit uang elektronik, sehingga nantinya masyarakat akan tertarik menggunakan produk ataupun jasa yang diberikan (Putra et al., 2016). Seperti penelitian yang dilaksanakan (Gu et al., 2009), (Zhou, 2011), serta (Yogananda & Dirgantara, 2017) memberi pernyataan bahwasanya persepsi kepercayaan berpengaruh baik terhadap minat mempergunakan *electronic money*.

H₃ : persepsi kepercayaan memberi pengaruh secara baik terhadap minat mempergunakan *electronic money*

Selain kepercayaan yang diberi oleh pihak penerbit uang elektronik, risiko yang ditimbulkan dari pengguna *e-money* juga menjadi pertimbangan masyarakat untuk menggunakannya. Persepsi risiko merupakan ketidakpastian yang dirasakan masyarakat dalam menggunakan *e-money* (Putra et al., 2016). Dalam menggunakan sebuah produk, konsumen selalu memperhatikan produk tersebut karena sering terjadi produk tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. (Alalwan et al., 2016) dalam penelitiannya mendefinisikan bahwa persepsi risiko merupakan hasil ketidak pastian dan tidak menguntungkan dalam pembelian. (Putra et al., 2016) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh buruk terhadap minat masyarakat mempergunakan *electronic money*.

H₄ : persepsi risiko memiliki pengaruh secara buruk terhadap minat mempergunakan *e-money*
Berdasar keterangan di atas, kerangka pemikiran digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Teoritis

2. METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian tersebut termasuk kategori penelitian korelasional, yang memiliki tujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) memberi pengaruh pada variabel terikat dependen (Leedy & Ormrod, 2015). Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode kuantitatif. Pemilihan sample menggunakan teknik *simple random sampling*. Berhubung populasi pengguna *e-money* di Kota Semarang tidak diketahui maka dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow* untuk menentukan jumlah sampel.

$$n = \frac{z^2 \times p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 100 orang (dibulatkan). Jadi sampel yang harus didapat dalam penelitian ini minimal 100 orang.

Pengumpulan data dilaksanakan dengan kuesioner yang diukur menggunakan skala *likert*. Pengolahan data penelitian ini menggunakan SPSS versi 20. Teknik analisis yang dipakai adalah regresi linear berganda. Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan & risiko terhadap minat menggunakan *e-money* ditengah wabah virus *covid-19*.

Berdasarkan rumus di atas dan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti maka didapatkan sampel berjumlah 108. Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu : (1) Informan ialah warga Semarang. (2) Informan termasuk ke dalam usia 20-50 tahun. (3) Informan merupakan pengguna *e-money* seperti, Ovo, Gopay, Shoppesay, Dana dan Linkaja dalam kegiatan sehari-hari dimasa pandemik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 108 responden masyarakat Semarang. Berikut adalah hasil dari penyebaran kuesioner :

Tabel 2. Hasil Penyebaran Kuesioner

Gender	Presentase
Laki – laki	30
Perempuan	78

Sumber : data primer diolah (2021)

Pendidikan	Presentase
SMA	5
DIPLOMA	27
S1	76

Sumber : data primer diolah (2021)

UJI VALIDITAS

Hasil uji validitas terhadap 108 orang responden dengan signifikansi <0,05 diketahui bahwa r_{tabel} sebesar 0,187, maka dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 3. Uji Validitas

No. Item	Pearson Correlation	Sig
Persepsi Manfaat (X1)		
X1.1	0,798	0,000
X1.2	0,723	0,000
X1.3	0,742	0,000
X1.4	0,602	0,000
X1.5	0,720	0,000
X1.6	0,701	0,000
X1.7	0,615	0,000
X1.8	0,632	0,000

No.	Pearson Correlation	Sig
Persepsi Kemudahan (X2)		
X2.1	0,792	0,000
X2.2	0,839	0,000
X2.3	0,670	0,000
X2.4	0,789	0,000
X2.5	0,772	0,000

No.	Pearson Correlation	Sig
Persepsi Kepercayaan & risiko (X3)		
X3.1	0,646	0,000
X3.2	0,736	0,000
X3.3	0,705	0,000
X3.4	0,713	0,000
X3.5	0,513	0,000
X3.6	0,584	0,000
X3.7	0,549	0,000

No.	Pearson Correlation	Sig
-----	---------------------	-----

	Minat menggunakan e-money (Y)	
Y.1	0,822	0,000
Y.2	0,829	0,000
Y.3	0,880	0,000
Y.4	0,805	0,000
Y.5	0,862	0,000
Y.6	0,816	0,000

UJI REALIBILITAS

Tabel 4. Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach Alpha
Minat menggunakan e-money (Y)	0,911
Persepsi manfaat (X1)	0,845
Persepsi kemudahan (X2)	0,832
Persepsi kepercayaan & risiko (X3)	0,736

Sumber : data primer diolah (2021)

Nilai keseluruhan *Cronbach Alpha* dari semua variabel adalah **> 0,70**, sehingga penelitian ini dikatakan reliable.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, serta autokorelasi.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas awalnya dilakukan pada 108 sampel namun karena tidak menunjukkan data terdistribusi normal maka dilakukan outlier data dan terdapat 106 sampel yang menunjukkan hasil alpha lebih dari 0,05 (5%).

Data sebelum di outlier

Tabel 5. Hasil Pengujian Normalitas

	Signifikansi	Hasil
P.manfaat (X1)		
P.kemudahan (X2)	0,046	Normal
P.kepercayaan & risiko (X3)		

Data sesudah di outlier

Tabel 6. Hasil Pengujian Normalitas

	Signifikansi	Hasil
P.manfaat (X1)		
P.kemudahan (X2)	0,054	Normal
P.kepercayaan & risiko (X3)		

Sumber : data primer diolah (2021)

Uji normalitas pada penelitian ini memakai uji *one sample kolmogorof smirnov test*. Keputusan terdistribusi normal tidaknya suatu data dapat dihitung dengan tingkat alpha 0.05 (5%). Dalam penelitian ini nilai signifikansi yaitu 0.054 lebih dari 0,05, maka data terdistribusi normal.

2) Uji Heterokedastisitas

Apabila pada model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas maka dapat disimpulkan variabel didalamnya merupakan model yang baik. Pada penelitian ini untuk mengetahui apakah suatu data terjadi heterokedastisitas ataupun tidak, dilakukan dengan *Uji Gletser*. Jika variabel independent memengaruhi variabel dependen, maka ada gejala terjadi heterokedastisitas.

Tabel 7. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

	Sig	Hasil
Persepsi manfaat (X1)	0,642	Tidak Heterokedastisitas
Persepsi kemudahan (X2)	0,847	Tidak Heterokedastisitas
Persepsi kepercayaan & risiko (X3)	0,061	Tidak Heterokedastisitas

Sumber : data primer diolah (2021)

Bersumber tabel diatas bahwasanya nilai signifikansi persamaan pada tiap variabel lebih besar dari 0,05. Maka dari itu, bisa diambil kesimpulan bahwasanya ketiga sampel penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji Multikorelasi

Ketika di antara variabel dependen tidak terjadi korelasi satu sama lain, itu merupakan model regresi yang baik. Variabel dependen tidak orthogonal apabila variabel dependen saling berkorelasi.

Dikatakan tidak terjadi multikorelasi apabila memenuhi syarat nilai *tolerance* > 0,10 atau *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikorelasi.

Tabel 8. Hasil Pengujian Multikorelasi

	Toleran ce	VIF	Ket.
Persepsi manfaat (X1)	0,345	2,901	Bebas multikoline ritas.
Persepsi kemudahan (X2)	0,367	2,724	Bebas multikoline ritas.
Persepsi kepercayaan & risiko (X3)	0,618	1,618	Bebas multikoline ritas.

Sumber : data primer diolah (2021)

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwasanya nilai *tolerance* > 0.10 dan nilai *VIF* < 10, sehingga dapat dikatakan bahwa model diatas telah terbebas dari adanya multikolineritas.

ANALISIS LINEAR BERGANDA

Tabel 9. Hasil Pengujian Liner Berganda

	Koefisien Regresi	t	Sign
Konstanta	-2,114	-	-
Persepsi manfaat (X1)	0,234	2.459	0,016
Persepsi kemudahan (X2)	0,794	6.405	0,000
Persepsi kepercayaan & risiko (X3)	0,073	1.129	0,262

Sumber : data primer diolah (2021)

Berikut model regresi linear berganda :

$$Y = -2,114 + 0,234 X_1 + 0,794 X_2 + 0,073 X_3$$

Selanjutnya dapat dijelaskan berikut :

- a. Nilai konstanta -2,114 mempunyai arti jika persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan

persepsi kepercayaan & risiko bernilai tetap (0) maka variabel minat bernilai 2,114

- b. Variabel persepsi manfaat bernilai 0,234 mempunyai arti jika variabel persepsi manfaat naik satuan maka variabel minat bertambah 0,234
- c. Variabel persepsi kemudahan bernilai 0,794 mempunyai arti jika variabel persepsi kemudahan naik satuan maka variabel minat bertambah 0,794
- d. Variabel persepsi kepercayaan & risiko bernilai 0,073 mempunyai arti jika variabel persepsi kepercayaan & risiko naik satuan maka variabel minat bertambah 0,073

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi

	Adjusted R Square	Persentase
Persepsi manfaat (X1)		
Persepsi kemudahan (X2)	0,830	80,3%
Persepsi kepercayaan & risiko (X3)		

Sumber : data primer diolah (2021)

Berdasar tabel, telah dijelaskan koefisien nilai determinasi sebesar 80,3 berarti bahwa persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), serta persepsi kepercayaan & risiko (X3) memberi pengaruh sebesar 80,3% terhadap minat menggunakan electronic money di tengah wabah *covid-19*. Dan sisanya 19,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

apabila nilai *t* hitung lebih kecil dari α 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$. maka hasil uji *t* dapat dikatakan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 11. Hasil Uji t

	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig	Hasil
Persepsi manfaat (X1)	2.459	1.983	0,016	Diterima
Persepsi kemudahan (X2)	6.405	1.983	0,000	Diterima

Persepsi	1.12	1.98	0.26	Ditol
kepercayaan	9	3	2	ak
an & risiko				
(X3)				

Sumber : data primer diolah (2021)

Dapat diketahui tabel diatas bahwasanya hasil dari uji t menunjukkan variabel persepsi manfaat serta persepsi kemudahan memiliki t hitung lebih besar ketimbang t tabel. Dapat diambil kesimpulan pada hasil yang diperoleh pada kedua variabel berpengaruh baik kepada variabel minat menggunakan *e-money* ataupun dengan kata lain menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedang, pada variabel persepsi kepercayaan & risiko menunjukkan bahwa t hitung lebih kecil daripada t tabel. Artinya bahwa variabel persepsi kepercayaan & risiko berpengaruh negatif atau dengan kata lain H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 12. Hasil Uji F

	F _{hitung}	F _{tabel}	Hasil
Persepsi manfaat (X1)			
Persepsi kemudahan (X2)	75.138	2.69	Diterima
Persepsi kepercayaan & risiko (X3)			

Sumber : data primer diolah (2021)

Berdasar hasil pengujian diatas, signifikansi F hitung sebesar 75,138 yaitu 0,000 (sig. <0,005) sehingga bisa diambil kesimpulan bahwasanya ketiga variabel diterima, berarti terdapat pengaruh X1,X2, dan X3 secara simultan terhadap Y.

3.2 Pembahasan

Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money* di tengah wabah covid-19

Pengaruh persepsi manfaat pada minat menggunakan *electronic money* menunjukkan pengaruh baik serta signifikan kepada minat menggunakan *e-money* ditengah wabah covid-19. Keadaan ini berarti akan makin besar persepsi manfaat yang dirasakan oleh responden akan meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan *e-money*. Responden merasa menggunakan uang elektronik ditengah wabah seperti ini akan mengurangi penularan virus covid-19.

Responden juga merasa dengan menggunakan uang elektronik lebih meningkatkan produktifitas dalam kegiatan keseharian karena uang elektronik sangat mudah digunakan dan diaplikasikan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Meileny & Wijaksana, 2020) yang memberi pernyataan bahwasanya persepsi manfaat berpengaruh kepada minat mempergunakan *electronic money* serta memiliki kesamaan pada penelitian (Pratiwi & Dewi, 2018) bahwasanya persepsi manfaat berpengaruh pada minat mempergunakan *electronic money*

Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-money* di tengah wabah covid-19

Hasil penelitian ini mendukung hipotesa kedua bahwa pada masa pandemik saat ini, persepsi kemudahan berpengaruh baik serta signifikan kepada minat mempergunakan *electronic money*. Artinya, makin besar kenyamanan maka makin besar pula minat masyarakat dalam menggunakan *e-money*.

Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan *e-money* sangat banyak seperti, mudah dibawa dan tidak ribet saat digunakan. Fitur-fitur yang ditawarkan dalam *e-money* sangat memudahkan pengguna dalam kegiatan transaksi keseharian. Berbagai kemudahan tersebut yan nantinya akan menjadi pertimbangan bagi masyarakat beralih dari uang kertas ke uang elektronik. Pernyataan ini didukung oleh penelitian (Latief & Dirwan, 2020), (Widi Yanto & Ery Baskoro, 2020) kedua penelitian tersebut menyatakan bahwasanya persepsi kemudahan terhadap minat mempergunakan *electronic money*. Hasil dari penelitian ini sama dengan konstruk TAM, dalam TAM dijelaskan bahwa faktor penting dari minat menggunakan teknologi adalah kemudahaan dari penggunaan teknologi tersebut.

Pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-money* di tengah wabah covid-19

Hasil penelitian membuktikan bahwasanya kepercayaan berpengaruh baik pada minat menggunakan *e-money*. Kepercayaan sangat dibutuhkan oleh pengguna agar manfaat yang diterima dapat berjalan dengan semestinya. Dapat disimpulkan bahwa jika pengguna semakin percaya terhadap uang elektronik maka pengguna akan merasa aman dan nyaman saat menggunakan *electronic money* untuk keseharian.

Hasil penelitian didukung oleh (Yogananda & Dirgantara, 2017), (Pratama & Suputra, 2019), dan (Meileny & Wijaksana, 2020) menyatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh baik terhadap minat menggunakan *electronic money* di tengah wabah covid-19.

Pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-money* di tengah wabah *covid-19*

Hasil penelitian membuktikan bahwasanya kepercayaan memberi pengaruh negatif terhadap minat mempergunakan *electronic money*. Artinya, pengguna *electronic money* takut akan risiko yang akan dihadapinya jika menggunakan *e-money* secara berkala. Hasil penelitian didukung (Putra et al., 2016) yang menyatakan bahwasanya persepsi risiko memiliki pengaruh negatif.

4. KESIMPULAN

- 1) Variabel persepsi manfaat (X1) secara parsial memiliki pengaruh baik serta signifikan pada minat penggunaan *uang elektronik*. Berarti, berbagai manfaat yang telah ditawarkan dari penggunaan *uang elektronik* bisa menarik ketertarikan masyarakat untuk memakai uang elektronik. *E-money* dirasa lebih praktis dan mudah digunakan daripada uang tunai.
- 2) Variabel persepsi kemudahan (X2) secara parsial memiliki pengaruh baik serta signifikan pada minat penggunaan *uang elektronik*. Artinya, dengan ditawarkannya berbagai kemudahan yang dirasakan oleh masyarakat membuat minat masyarakat semakin meningkat untuk memakai uang elektronik.
- 3) Variabel kepercayaan & risiko (X3) tidak berpengaruh positif serta signifikan. Artinya, masyarakat masih ada keraguan dalam menggunakan *e-money* karena kejahatan internet yang semakin besar. Dengan kondisi seperti itu maka dapat menurunkan minat masyarakat dalam memakai uang elektronik.
- 4) Variabel kemudahan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* di tengah wabah *covid* ini. Dapat dilihat pada penjelasan analisis liner berganda, variabel mempunyai nilai paling tinggi yaitu 0,794 artinya seseorang mempunyai minat tinggi menggunakan *e-money* karena terdapat kemudahan-kemudahan di dalamnya.

SARAN

Dari penelitian ini harapannya dapat menjadi bahan pertimbangan kepada pihak perusahaan yang telah mengeluarkan uang elektronik agar kedepannya dapat meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik. Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan informasi kepada peneliti berikutnya agar penelitian selanjutnya bisa lebih baik.

Bagi penerbit *e-money* sebaiknya dapat mengoptimalkan keamanan penggunaan *e-money* agar

semakin menarik minat masyarakat dalam menggunakannya. Penerbit diharapkan dapat meningkatkan kualitas *e-money* dalam segi faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini. Dengan semakin banyaknya pengguna *e-money* diharapkan penerbit dapat menambah fitur-fitur yang sesuai dengan yang masyarakat butuhkan saat ini.

Peneliti berikutnya diharap dapat meneliti faktor lain dalam minat menggunakan *e-money*, seperti pendapatan, gaya hidup, dan fitur layanan yang ada dalam aplikasi *e-money*.

REFERENSI

- Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (Electronic Money)
- Aksami, N. M. D., & Jember, I. M. (2019). Analisis Minat Penggunaan Layanan E-Money pada Masyarakat Kota Denpasar. *E-Jurnal EP Unud*, 8(9), 2439–2470.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Simintiras, A. C. (2016). Jordanian consumers' adoption of telebanking: Influence of perceived usefulness, trust and self-efficacy. *International Journal of Bank Marketing*, 34(5), 690–709. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2015-0093>
- Cunningham, F. E. (1976). Properties of Egg White Foam Drainage. *Poultry Science*, 55(2), 738–743. <https://doi.org/10.3382/ps.0550738>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Gu, J. C., Lee, S. C., & Suh, Y. H. (2009). Determinants of behavioral intention to mobile banking. *Expert Systems with Applications*, 36(9), 11605–11616. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2009.03.024>
- Katon, F., & Yuniati, U. (2020). Fenomena Cashless Society Dalam Pandemi Covid-19 (Kajian Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial) Cashless Society Phenomenons in the Covid-19 Pandemy (Study of Symbolic Interactions in Millennial Generation). *Signal*, 8(2), 134–145. <http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/Signal/article/view/3490>
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support*

- Systems*, 44(2), 544–564.
<https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30.
<https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>
- Leedy, P. D., & Ormrod, J. E. (2015). *[Paul D. Leedy, Jeanne Ellis Ormrod] Practical Res(b-ok.org)*.
- Lestari, P., & Nofriantika, N. (2018). Literasi Uang Elektronik Di Kalangan Mahasiswa. *Islamic Review: Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman*, 7(1), 94–109.
<https://doi.org/10.35878/islamicreview.v7i1.138>
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 200–209.
<https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>
- Mentari, A. C., & Bendesa, I. K. G. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan uang elektronik di Kota Denpasar, Provinsi Bali. *E-Jurnal EP Unud*, 7(4), 646–676.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132.
<https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>
- Prasetya, A. W. (2020). *Transaksi Nontunai Jadi Salah Satu Cara Mencegah Penyebaran Covid-19. 2020.*
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927.
<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Pratiwi, D. F., & Dewi, C. K. (2018). Factors (Benefits, Trust, Self-Efficacy, Ease of Use, Security) Affecting Consumer's Perception on E-Money in Indonesia. *Journal of Secretary and Business Administration*, 2(2), 24.
<https://doi.org/10.31104/jsab.v2i2.60>
- Putra, I. P. A. P. A., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. . (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Terhadap Kepercayaan dan Niat Beli E-Ticket pada Situs Traveloka. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 5.9, 9, 3007–3030.
- Rustanto, A. E., & Kartini, I. (2019). Efektivitas Pembayaran Non Tunai Pada Umkm Daerah Aliran Sungai Citarum. *Jurnal Lentera Bisnis*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v8i2.302>
- USMAN, R. (2017). Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran. *Yuridika*, 32(1), 134.
<https://doi.org/10.20473/ydk.v32i1.4431>
- Venkatesh, V. (2000). R Esearch a Rticle W Hy D on ' T M En E Ver S Top To a Sk for D Irections ? G Ender , S Ocial I Nfluence , and T Heir R Ole in T Echnology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 24(1), 115–139.
- Widi Yanto, & Ery Baskoro. (2020). Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi Ovo Sebagai Digital Payment. *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 1(1), 96–109.
- Wilsen, W., Gunawan, E. Y., Jessica, J., & Andry, J. F. (2018). Analisa Tingkat Persepsi Konsumen Terhadap Faktor Penentu Penggunaan Sistem Pembayaran Elektronik Pada Tokopedia. *Journal of Applied Informatics and Computing*, 2(2), 38–45. <https://doi.org/10.30871/jaic.v2i2.1023>
- Yeow, A., Soh, C., & Hansen, R. (2018). Aligning with new digital strategy: A dynamic capabilities approach. *Journal of Strategic Information Systems*, 27(1), 43–58.
<https://doi.org/10.1016/j.jsis.2017.09.001>
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–7.
- Zhou, T. (2011). An empirical examination of initial trust in mobile banking. *Internet Research*, 21(5), 527–540.
<https://doi.org/10.1108/10662241111176353>

